

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

Tittamari Hyvärinen
Tiina Tiihonen

YRITYKSEN SISÄINEN VIESTINTÄ

Opinnäytetyö
Joulukuu 2017



OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2017
Matkailun koulutusohjelma

Tikkarinne 9
80220 JOENSUU
013 260 600

Tekijät

Tittamari Hyvärinen ja Tiina Tiihonen

Nimeke

Yrityksen sisäinen viestintä

Toimeksiantaja

Karelia AMK

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia sisäistä viestintää joensuulaisissa yrityksissä. Tutkimme, miksi sisäisellä viestinnällä on niin suuri merkitys yrityksen toimivuuden kannalta sekä mitä voidaan tehdä kun halutaan kehittää sitä mahdollisimman tehokkaasti. Tutkimustyö painottui pääasiassa ravintolatoiminnan sisäiseen viestintään, mutta aineistoa voidaan hyödyntää muuallakin sisäisen viestinnän perusteiden pysyessä samankaltaisena jokaisella työpaikalla.

Opinnäytetyötämme tukevat haastattelut, jotka tehtiin erilaisissa ravintoloissa Joensuussa sekä sisäisen viestinnän toimivuudesta tunnetussa yrityksessä Arcusysissa. Haastatteluiden ja teoriapohjan avulla tutkimme, mitkä viestintäkanavat koetaan yleisellä tasolla tehokkaimpina, sekä mitkä sisäisen viestinnän osa-alueet koetaan vahvuuksina ja heikkouksina. Lisäksi haluamme saada kehitysideoita muuttuvassa sisäisen viestinnän maailmassa.

Sisäistä viestintää pidetään itsestäänselvänä työelämän taitona, mutta todellisuudessa se ei onnistu kaikilta. On tärkeää, että sisäiseen viestintään panostetaan ja ihmisiä kannustetaan avoimuuteen sekä työpaikalla ilmenevissä ongelmissa että sen tähtihetkissä. Jokaisella on omat vahvuutensa ja niitä hyödyntämällä voidaan saavuttaa tuloksia tehokkaasti. Toimiva sisäinen viestintä mahdollistaa sujuvan yhteistyön ja tukee sitä kautta yrityksen menestystä.

Kieli

suomi

Sivuja 32

Liitteet 2

Liitteiden sivumäärä 2

Asiasanat

Sisäinen viestintä, viestintäkanavat, ravintolat, Joensuu



THESIS
December 2017
Degree Programme
in Tourism

Tikkarinne 9
80220 JOENSUU
013 260 600

Authors

Tittamari Hyvärinen and Tiina Tiihonen

Title

Internal Communication at Companies

Commissioned by

Karelia AMK

Abstract

The purpose of this thesis was to examine internal communication of companies in Joensuu. The focus was on the meaning of internal communication and why it is so important. The goal was to find out what the most important steps are to improve our communication system to achieve the best result possible. As the basics of internal communication remains the same everywhere, the information that occurs in this thesis can be used anywhere even though the focus is on restaurants in this thesis.

To support the data, interviews were executed in different restaurants and in a company called Arcusys that has been rewarded due to their internal communication. With the interviews and the data it is clarified which communication channels are the most popular and effective. It is also examined which aspects make the internal communication weak or strong. As the world changes continuously, it is important to find out what can be improved in the future.

As internal communication is often considered as an obvious skill at work, it is not always that simple. It is necessary to put effort on internal communication plans and support people to share the information even though it is bad news. Individual skills of everyone should be utilised to achieve the wanted goals. Openmindedness is a key word to create better communication and help the company to success.

Language

Finnish

Pages 32

Appendices 2

Pages of appendices 2

Keywords

Internal communication, communication channels, restaurants, Joensuu

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Tausta ja tarve	6
3	Sisäinen viestintä	7
3.1	Sisäinen viestintä käsitteenä	7
3.2	Sisäisen viestinnän suunnittelu ja kehittäminen	8
3.3	Verbaalinen ja nonverbaalinen viestintä.....	10
3.4	Virallinen ja epävirallinen viestintä	11
3.5	Viestintä ja oppiminen.....	12
3.6	Viestintäosaamisen merkitys.....	13
3.7	Luottamus ja työilmapiiri.....	14
3.8	Motivaatio, tiimityöskentely ja tavoitteet.....	15
3.9	Häiriötekijät	15
3.10	Tietojohtaminen ja turvallisuus.....	17
4	Viestintäkanavat	18
4.1	Viestintäkanava käsitteenä	18
4.2	Erilaiset viestintäkanavat.....	19
4.3	Viestintäkanavien valinta	21
4.4	Nykytekniikan tuomat edut ja haasteet.....	22
4.5	Viestintäkanavien toimivuus ja turvallisuus	23
5	Opinnäytetyön toteutus	24
5.1	Tiedonhankinta.....	24
5.2	Haastattelumenetelmät	25
5.3	Haastatteluiden toteutus	26
6	Haastattelutulokset	27
6.1	Ravintolat	27
6.2	Arcusys.....	29
6.3	Yhteenveto haastatteluista	30
7	Pohdinta.....	32

1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä tutkimme ravintolan sisäisen viestinnän ja siinä käytettävien viestintäkanavien merkitystä Joensuussa. Tarkoituksenamme on selvittää, mitkä sisäisen viestinnän keinot ovat suosituimpia ja koetaan tehokkaimmiksi, sekä selvitämme mihin osa-alueisiin olisi syytä kiinnittää erityistä huomiota onnistumisen takaamiseksi. Pohdimme myös sisäisen viestinnän tulevaisuuteen liittyviä uhkia ja mahdollisuuksia.

Kautta aikojen ihmisten käyttäytyminen on ilmentänyt pyrkimystä sosiaaliseen järjestäytymiseen. Ihmiset ovat aina muodostaneet ryhmiä, yhteisöjä ja verkostoja. (Huotari, Hurme & Valkonen 2005, 16.) Sisäistä viestintää on esiintynyt maapallolla niin kauan kuin ihminen on elänyt ja sitä tulee esiintymään niin kauan kuin ihminen maapalloa asuttaa. Valitsimme aiheen juurikin sen ajattomuuden takia, sillä vaikka viestinnän luonne ja viestintätavat muuttuvat, niin viestinnän perusteet pysyvät samana. Viestintää on jokaisessa työyhteisössä, joten tätä opinnäytetyötä voi hyödyntää jokaisella työpaikalla.

Rajasimme tutkimuskohteemme pääasiassa Joensuun alueen ravintoloihin, sillä palvelualoilla sisäinen viestintä on hyvinkin merkittävä osa yrityksen toimivuutta. Kun ollaan asiakkaiden kanssa tekemisissä päivittäin, täytyy yrityksen ulosannin olla ammattimainen. Toimivan sisäisen viestinnän avulla voidaan luoda positiivinen asiakaskokemus ja auttaa yritystä tätä kautta menestymään. Molemmilta opinnäytetyön tekijöiltä löytyy omaa työkokemusta erilaisista ravintoloista, joten kosketuspintaa aiheeseen luodaan myös omien kokemusten kautta.

Toimeksiantajana opinnäytetyöllemme toimii Joensuussa sijaitseva Karelia-ammattikorkeakoulu. Korkeakoulu on perustettu vuonna 1992 ja sen rehtorina toimii Petri Raivo. Karelia-AMK:ssa nuoret ja aikuiset voivat opiskella erilaisia korkeakoulututkintoja aina liiketaloudesta terveydenhoitoon. Opetusta järjestetään pääsääntöisesti Tikkarinteen ja Wärtsilän kampuksilla, mutta myös Joensuun Tiedepuistolla. Korkeakoulu on aktiivisesti mukana myös tutkimus- ja

kehittämistoiminnassa sekä aluekehitystyössä. (Karelia-ammattikorkeakoulu 2017.) Opinnäytetyö tehdään Matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutusohjelmaan sisältyvien viestintään liittyvien kurssien tueksi. Tutkimuksemme aikana tuotettua materiaalia voidaan käyttää opetuksessa tulevaisuudessa. Työn avulla luotua tietoa voidaan myös hyödyntää kaikin tavoin Karelia-ammattikorkeakoulun työyhteisössä ja sen sisäisessä viestinnässä. Etenkin tehokkaimmiksi ja heikoimmiksi todetut kanavat, sekä tulevaisuudennäkymät ovat arvokasta tietoa ja näin ollen myös sopivaa oppimateriaalia.

2 Tausta ja tarve

Valitsimme opinnäytetyön aiheeksi työyhteisön sisäisen viestinnän asiakaspalvelua harjoittavissa yrityksissä, sillä matkailualan opiskelijoina palveluliiketoiminta ja asiakkaiden kohtaaminen ovat olennainen osa työskentelyämme nyt ja tulevaisuudessa. Asiakaspalvelun laatu on tärkeä osa liiketoimintaa ja se edellyttää onnistunutta sisäistä viestintää. Lisäksi sisäisellä viestinnällä on suuri vaikutus työhyvinvointiin, sekä turvallisuuden luomiseen ja sen ylläpitämiseen. Jotta tämä olisi mahdollista, sujuva tiedon kulku eri tilanteissa on välttämätöntä. Toimiva sisäinen viestintä on ikuisesti ajankohtainen aihe, sillä sitä esiintyy jokaisessa työyhteisössä, eikä sen merkitys vähene ajan saatossa. Teknologian kehittyessä syntyy koko ajan uusia viestintäkanavia, minkä vuoksi on tärkeää pysyä ajan tasalla ja löytää toimivat kanavat erilaisissa yrityksissä. Ihmisten välinen vuorovaikutus on monimuotoisuutensa vuoksi kiehtova aihe, ja tämän opinnäytetyön avulla voimme auttaa kehittämään sekä omia, että lukijan viestintätaitoja.

Koska sisäistä viestintää esiintyy kaikissa yrityksissä ja se on käsitteenä laaja, rajasimme aiheen ravintolan sisäiseen viestintään. Ravintolatoiminta vaatii jokaisen työntekijän panosta erityisen paljon, sillä esimerkiksi tarjoilijoiden ja keittiöhenkilökunnan tulee pystyä toimimaan sujuvasti yhteistyössä, jotta asiakkaan kokemus ja mielikuva yrityksestä voi olla positiivinen. Myös omat

kokemuksemme ravintoloista vahvistivat aiheen rajausta. Olemme työskennelleet eri tyyliissä, pienissä ja suurissa ravintoloissa myös Suomen ulkopuolella, mikä mahdollistaa laajemman näkökulman aiheeseen.

Pyrimme työssämme selvittämään itsellemme ja lukijalle sisäisen viestinnän merkitystä sekä onnistuneen sisäisen viestinnän edellytyksiä. Haluamme selvittää olemassa olevat viestintäkanavat ja niille sopivimmat viestintätilanteet sekä suosituimmat kanavat. Selvitämme myös, miten yrityksen koko vaikuttaa viestintäkanavien valintaan ja viestinnän laatuun. Sisäisen viestinnän jatkuvan kehityksen myötä pyrimme saamaan tietoa myös siitä, kuinka viestintää voitaisiin kehittää tulevaisuudessa vieläkin tehokkaammaksi. Haastatteluiden avulla luomme pohjan tutkimuksellemme ja hyödynnämme niistä saatuja tietoja opinnäytetyössämme. Ravintoloiden lisäksi olemme valinneet haastattelun kohteeksi suuremman yrityksen Arcusysin, joka on palkittu hyvän sisäisen viestintänsä ansiosta. Haastattelemme heidän työntekijäänsä kasvotusten, poiketen muista haastattelun kohteista, joita haastattelemme lomakkeiden avulla.

3 Sisäinen viestintä

3.1 Sisäinen viestintä käsitteenä

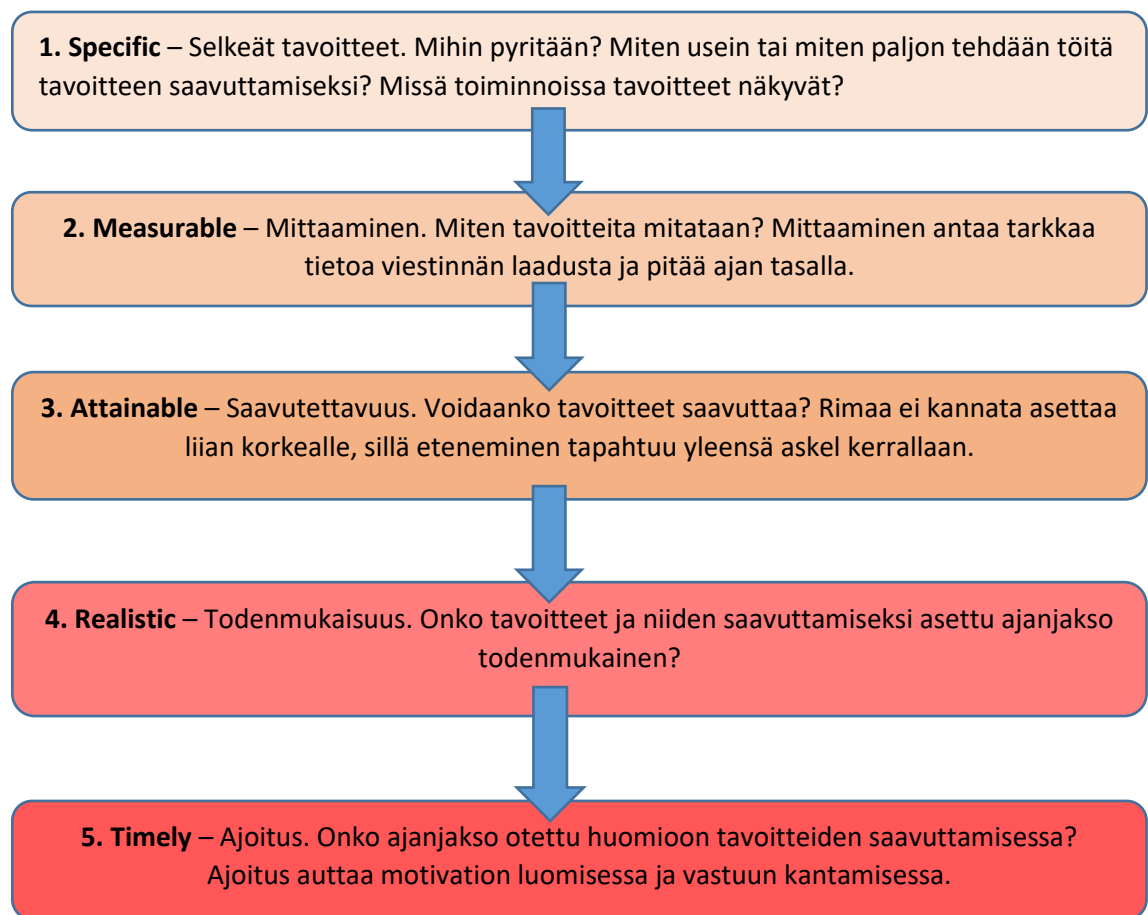
Viestintä on vuorovaikutusta, ihmisten välistä toimintaa. Matti puhuu Maijalle, ja Maija vastaa ilmeillä, eleillä ja sanoilla, joihin Matti reagoi. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 11.) Sisäinen viestintä puolestaan on tiettyyn yhteisöön kuuluvien ihmisten välistä kommunikaatiota. Työyhteisön sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea sitä vuorovaikutusta, joka tapahtuu työyhteisön jäsenten keskuudessa (Huotari ym. 2005, 23). Viestintä on prosessi, jossa on kaksi osapuolta, viestin lähettäjä ja vastaanottaja (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 12).

Lähes kaikkia tekstejä lukee useampi kuin yksi henkilö. Sen vuoksi tekstien on sovelluttava erilaisille ihmisille ja herätettävä heidän mielenkiintonsa (Lohtaja &

Kaihovirta-Rapo 2007, 33). Viestin lähettäjä ja vastaanottaja voi olla ryhmä, pari tai yksittäinen ihminen, ja roolit voivat vaihtua kanssakäymisen aikana. Viestinnän tulisi olla kaikille tasa-arvoista, selkeää ja saavuttaa jokainen vastaanottaja samaan aikaan. Sisäistä viestintää esiintyy kaikissa yhteisöissä, joissa työskentely vaatii sen jäseniltä keskinäistä vuorovaikutusta. Jokainen esimies ja työntekijä on viestinviejä, joka vaikuttaa sekä ilmapiiriin että yrityskuvaan (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 8). Sisäiseen viestintään kuuluvat arki ja yhteiset juhlat, kokoukset, koulutukset, tauolla tapahtuvat keskustelut, strategiat sekä erilaiset viestintäkanavat. Nämä osatekijät mahdollistavat yhteishengen kehittämisen ja ne auttavat sitä kautta parantamaan työn tulosta. Onnistuessaan sisäinen viestintä sitouttaa, motivoi ja tuo ihmisistä parhaat kyvyt esille (Kekäläinen 2016).

3.2 Sisäisen viestinnän suunnittelu ja kehittäminen

Viestintäsuunnitelma auttaa luomaan työntekijälle kokonaiskuvan sisäisen viestinnän periaatteista, toimintatavoista ja tavoitteista. Se auttaa jokaista työntekijää ymmärtämään mitä tehdään, miten tehdään ja miksi tehdään. Viestintäsuunnitelmia voi olla hyvinkin erilaisia, sillä jokainen voi vapaasti muokata sen omalle yritykselleen ja tarpeilleen sopivaksi. Yksi tapa tehokkaamman viestinnän luomiseen on SMART-malli, joka koostuu viidestä osasta (kuvio 1):



Kuvio 1. SMART-malli (Burgess 2016)

Näiden askeleiden lisäksi tulisi etsiä mahdolliset olemassa olevat ongelmat ja uhat, joita varten suunnitelma tehdään, sekä mitä asioita pyritään mahdollisesti korjaamaan ja kehittämään. Työntekijät tarvitsevat tiedon siitä, miksi jokin asia tehdään tietyllä tavalla, jotta ymmärretään oman työn tärkeys ja tarkoitus. Ymmärrys ja tietous sitouttaa ja yhdistää työntekijöitä, sekä edistää motivaatiota ja intohimoa työhön. (Burgess 2016) Kun selkeä suunnitelma on olemassa ja sitä noudatetaan jokaisen yksilön kohdalla, luottamus ja avoimuus vahvistuvat, mikä mahdollistaa myös uuden tiedon luomisen ja viestinnän toimivuuden.

Viestintäsuunnitelmassa tulee ottaa huomioon myös henkilöstön ikäjakauma. Kun suunnitellaan viestintäkanavia, tulee niiden olla helposti kaikkien saatavilla. Nuorempi sukupolvi on tottuneempi käyttämään teknologiaa, kun iäkkäämmälle se voi olla suurikin haaste. Jotta pystytään jatkamaan kehitystä edelleen, on otettava huomioon yksilöiden tarpeet ja oppiminen. Etenkin uuden työntekijän

perehdyttämisvaiheen olisi hyvä olla suunniteltu etukäteen. Liiallinen tieto ylikuormittaa, eikä ihminen pysty muistamaan kaikkea. Tästä voi seurata epävarmuutta sekä stressiä. Suunnitelmaa laatiessa tulee siis miettiä tarkkaan mitä kerrotaan ja milloin.

3.3 Verbaalinen ja nonverbaalinen viestintä

Ihmiset ovat luoneet viestinnän apukeinoksi kielen. Olemme sopineet, että kutsumme tiettyä nelijalkaista esinettä pöydäksi ja tiettyä kulkuvälinettä veneeksi, ja ymmärrämme, että käveleminen on toisenlaista kuin juokseminen ja että punainen on jotain muuta kuin sininen (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007,8.) Viestintä voidaan jakaa verbaaliseen ja nonverbaaliseen viestintään. Verbaalinen viestintä on sanallista viestintää, joka voi olla suullista tai kirjoitettua. Viesti on mikä tahansa symboli, merkki tai niiden kooste, jolla on tai jolle on annettavissa merkitys (Huotari, Hurme & Valkonen 2005, 44).

Nonverbaalinen viestintä käsittelee sanatonta, verbaalista viestintää täydentävää viestintää, joka koostuu ilmeistä, eleistä, äänenpainoista ja muista yksilöllisistä tekijöistä. Nonverbaalinen viestintä on erityisesti tunteiden ja asennoitumisen ilmaisukieli (Huotari ym. 2005, 44). Tämä sanaton kieli voidaan jakaa neljään merkkijärjestelmään (kuvio 2).



Kuvio 2. Nonverbaalisen viestinnän merkkijärjestelmät (Huotari ym. 2005)

Nonverbaalinen viestintä on siis muuttuvaa ja korostaa henkilön persoonallisuutta, kun verbaalinen viestintä pysyy usein samankaltaisena. Yhdistämällä nämä kaksi viestinnän muotoa syntyy kasvokkain tapahtuva vuorovaikutustilanne, jota pidetään parhaana viestinnän muotona, sillä väärinkäsitykset voidaan useimmiten korjata heti. (Huotari ym.2005)

3.4 Virallinen ja epävirallinen viestintä

Virallinen viestintä edustaa organisaation vakiintuneita käytäntöjä: esimerkiksi kehityskeskustelut käydään kahdesti vuodessa, viikkopalaverit pidetään tiistai-aamuisin ja asiakkaat voivat lähettää verkkosivujen kautta tarjouspyyntöjä ja reklamaatioita (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 14). Virallisissa sisäisen viestinnän tilanteissa saadaan esimieheltä tietoa esimerkiksi yrityksen tilanteesta, käytännöistä ja tavoitteista. Tieto voi kulkea näissä tilanteissa myös toisin päin, eli työntekijä voi kertoa esimiehelle kehitysehdotuksia tai epäkohtia, joita kohtaa päivittäisen työskentelyn parissa esimerkiksi työtyytyväisyyskyselyn kautta.

Epävirallista viestintää tapahtuu yrityksessä joka päivä kun työntekijät keskustelevat ja työskentelevät. Tätä viestintää käydään taukahuoneessa, käytävillä ja työkavereitten huoneissa, kotona ja ystäväpiirissä (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 14). Epävirallisen viestinnän avulla syntyy usein kehitysideoita, sillä puretaan paineita ja puhutaan työyhteisöön kuuluvista henkilöistä. Sillä on myös suuri vaikutus työilmapiiriin ja sitä kautta työn tulokseen.

3.5 Viestintä ja oppiminen

Työelämän muutokset, työn uudenlainen organisoituminen ja tieto- ja viestintätekniikan nopea kehitys ovat korostaneet elämänlaajuisen oppimisen merkitystä. Koulutuksesta saatu osaaminen tai ammattipätevyys ei sinällään riitä. Niin sanottu informaali, arjen käytännöissä tapahtuva oppiminen on noussut oppimista koskevissa tarkasteluissa vähintäänkin yhtä tärkeälle sijalle kuin koulutusjärjestelmän tuottama osaaminen. (Huotari ym. 2005, 27) Toisin sanoen työpaikalla opitaan valtava määrä käytännön asioita, joita ei koulutuksen aikana voida oppia. Tällöin toimivan sisäisen viestinnän merkitys on suuri, jotta voidaan oppia tekemään asiat oikealla tavalla käytännössä. Tällöin tarvitaan yhtenäistä sekä riittävää tietoa ja opastusta työhön varsinkin perehdytystilanteissa.

Oppimista ei enää aikoihin ole tarkasteltu tiedon siirtämisenä tai tiedon välittämisenä, vaan pikemminkin tiedon rakentumisena. Oppimisympäristöä, sosiaalista vuorovaikutusta ja oppimisen yhteisöllisyyttä edustavat näkemykset ovat laajentaneet oppimisen tarkastelun näkökulmaa yksilön kognitiivisten toimintojen tarkastelusta yhteisöllisten oppimisprosessien tarkasteluun. (Huotari ym. 2005, 29) Oppimista ei siis tulisi seurata vain yksilöllisesti, vaan laajasti koko organisaation kannalta.

Asiantuntemusta koskevissa tutkimuksissa korostetaan sitä, että yksilön osaamiseen vaikuttaa merkittävästi koko työyhteisö (Huotari ym. 2005, 28). Työnantajan tulisi varmistaa että työntekijät oppivat toisiltaan ja viestintä on laadukasta sekä todenmukaista. Yksilön oppimista voidaan seurata esimerkiksi

kaksi kertaa vuodessa käytävien kehityskeskusteluiden kautta. Organisaation oppiminen kytkeytyy sen jäsenten oppimiseen. Perusajatuksena on, että oppivassa organisaatiossa jokainen voi kehittyä ja oppia koko työuransa ajan. (Huotari ym. 2005, 31) Organisaation jäsenet voivat yhdistää onnistuneen sisäisen viestinnän kautta voimavaransa, jolloin saadaan aikaan yhtenäinen ja oppiva organisaatio, joka luo uutta tietoa ja kehittää itseään. Yhteiset palaverit ja kokoukset, sekä päivittäinen kanssakäyminen edistävät organisaation oppimista.

3.6 Viestintäosaamisen merkitys

Kyky viestiä nähdään jokaiselle työyhteisön jäsenelle kuuluvana työyhteisötaitona. Osaamisen on nähty koostuvan tiedosta, taidosta ja asenteesta. (Juholin 2010, 146) Viestintäosaamisessa tarvitaan siis taitojen ja tietojen lisäksi yksilön kyky ja halu käyttää osaamistaan. Työyhteisön tulisi tarjota mahdollisuus ottaa jokaisen sen jäsenen osaaminen käyttöön. Kuvattaessa viestintää irrallisena taitona se saatetaan liittää lisäosaksi muuhun ammattiosaamiseen. Viestintäosaamista ei kuitenkaan nähdä työstä irrallisena tai yksittäisten viestintätampujen opetteluna, koska tämän päivän työelämässä viestintä nivoutuu elimelliseksi osaksi asiantuntijuutta ja johtajuutta (Juholin 2010, 147).

Työyhteisön jäsenen tulee osata puhua selkeästi, kirjoittaa ja hallita vuorovaikutustilanteet ottamalla huomioon myös vastapuoli. Lisäksi hyvään viestintäosaamiseen kuuluvat ongelmanratkaisukyky, tiimityöskentelytaidot, palautteen antaminen ja vastaanottaminen sekä kulttuurituntemus. Yrityksen johdolla on luonnollisesti suurempi tietämys yrityksen asioista, jolloin myös viestintäosaamisen täytyy olla tasokkaampaa. Erityisesti johto- ja esimiestehtävissä odotetaan hyviä vuorovaikutustaitoja, kykyä motivoida ja antaa palautetta sekä luoda otetta ja kykyä viestiä niin, että strategia muuttuu toiminnaksi. (Juholin 2010, 147.) Viestintäosaaminen vaatii lisäksi tilannetajua, jotta osataan viestiä erilaisissa tilanteissa niiden vaatimalla tavalla. Esimerkiksi virallisissa tilanteissa, kuten tiedotustilaisuuksissa, voidaan paheksua liian rentoa suhtautumista.

3.7 Luottamus ja työilmapiiri

Luottamus on olennainen osa viestintää. Ilman luottamusta työyhteisössä ei voida rakentaa avoimuutta. (Hjelt-Putilin 2005, 80) Jotta työntekijät voivat toimia sujuvasti toistensa kanssa, tarvitaan luottamusta siitä, että jokainen hoitaa omat tehtävänsä, kantaa vastuun asiaan kuuluvalla tavalla, sekä noudattaa annettuja pelisääntöjä. Onnistunut vuorovaikutus työyhteisössä edistää ymmärrystä ja hyvinvointia, mikä tukee omaa ja organisaation menestymistä (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 9). Luottamus toimii hyvien ihmissuhteen perustana ja edistää omalta osaltaan myös työhyvinvointia, sillä sen avulla voidaan estää ylimääräisen stressin ja epäluottamuksellisen ilmapiirin syntymistä. Jos työyhteisössä on luotettava ja avoin ilmapiiri, voidaan myös hankalat ja mitättömiltäkin tuntuvat tuntemukset purkaa helpommin. Tätä kautta työn teko muuttuu mielekkäämmäksi ja tehokkaammaksi kaikille. Luottamus ja avoimuus mahdollistavat toimivan sisäisen viestinnän.

Joskus työyhteisön jäsen voi käyttäytyä ja viestiä epätoivotulla tavalla. Taustalla voi olla käsittelemättömiä vihan, kateuden ja alemmuuden tunteita tai itsetarkoituksellista vallan halua (Hjelt-Putilin 2005, 81). Mikäli tällainen henkilö sattuu työyhteisöön, tulisi johtajan tietää oikeat viestintä- ja lähestymistavat ratkaistaakseen ongelman. Syyt epätoivottuun käyttäytymiseen, työyhteisön vaikutus henkilöön, sekä henkilön vaikutus työyhteisöön tulisi tiedostaa, jotta ongelmaan voidaan suhtautua asiaan kuuluvalla tavalla.

Luottamuksen saavuttaminen ja työilmapiirin parantaminen ovat vahvasti yhteydessä yrityksen yhteistoimintalakiin. Laki astui voimaan 1.7.2007 ja sen tarkoitus on edistää yrityksen ja sen henkilöstön välisiä vuorovaikutuksellisia toimintamenettelyjä. Menettelyt perustuvat henkilöstölle annettuihin riittäviin ja oikeaan aikaan annettuihin tietoihin yrityksen suunnitelmista ja nykytilasta. Laki on luotu parantamaan työntekijöiden asemaa tiivistämällä henkilöstön, työnantajan ja työvoimaviranomaisten yhteistoimintaa ja tukemaan heidän työllistymistään muutostilanteissa. Tavoitteena on kehittää työntekijöiden mahdollisuuksia vaikuttaa yrityksessä tehtäviin päätöksiin yhteisymmärryksessä

työnantajan kanssa. Nämä päätökset koskevat henkilöstön työtä, työoloja ja asemaa yrityksessä (Laki yhteistoiminnasta yrityksissä 2007).

3.8 Motivaatio, tiimityöskentely ja tavoitteet

Toimivaksi koettu sisäinen viestintä sitouttaa ja motivoi. Kun työntekijä kokee saaneensa tarvittavan tiedon, hän voi keskittyä ydintehtäväänsä. Sisäinen viestintä on myös strategian jalkauttamista. Työ tuntuu mielekkäämmältä, kun organisaation tulevaisuudenvisiot ovat tuttuja. (Kekäläinen 2016) Sisäiseen viestintään perehtynyt ja yrityksestään huolehtiva johtoryhmä tietää, kuinka tärkeää työntekijöiden ohjaaminen ja motivointi on. Henkilökunta, joka on suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, luo asiakkaalle mielikuvan yrityksestä. Toimiva sisäinen viestintä näkyy siis sitoutuneempina työntekijöinä, työmotivaation kasvuna ja parempana asiakaskokemuksena (Kekäläinen 2016).

Ryhmätyö ja tiimityöskentely ovat yhä yleisempiä työtapoja. On ilmeistä, että työyhteisöjen toiminnan kehittäminen vaatii nimenomaan ryhmien sisäisen ja ryhmien välisen vuorovaikutuksen kehittämistä. (Huotari ym. 2005, 87). Jotta yhteiset tavoitteet ja päämäärät voidaan saavuttaa tehokkaasti ja vahvasti, tarvitaan jokaisen työntekijän panosta, mikä puolestaan vaatii tiimityöskentelyä. Kokousten ja palaverien avulla tieto saadaan kulkeutumaan jokaiselle samaan aikaan ja muuttumattomana. Kokoontumisien aikana voidaan myös keskustella avoimesti, jolloin tiimiä voidaan kehittää työntekijöiden vahvuusalueiden mukaisesti ja kasata kokoon uusia ideoita tavoitteiden saavuttamiseksi. Vuorovaikutuksen avulla ryhmän jäsenet voivat yhdistää tietoaan ja osaamistaan (Huotari ym. 2005, 87).

3.9 Häiriötekijät

Informaatio ja tieto ovat käsitteinä varsin lähellä toisiaan. Näiden käsitteiden suhdetta voidaan kuvata tiedon arvoketjun avulla. Tällöin ajatellaan, että data jalostuu informaatioksi ja informaatio jalostuu tiedoksi ihmisten käyttöön, jolloin

lopuksi saattaa syntyä viisautta. (Huotari ym. 2005, 38) Tämä tarkoittaa, että tieto syntyy vasta, kun vastaanottaja tulkitsee informaation. Esimerkiksi sähköpostilla saatu informaatio muuttuu tiedoksi silloin, kun vastaanottaja lukee ja tulkitsee sen. Tässä piilee kuitenkin väärin tulkitsemisen riski, minkä vuoksi informaation tulisi olla hyvin selkeää ja kaikkien ymmärrettävissä.

Koska viestin lähettäjä ja vastaanottaja ovat ihmisiä, prosessiin tulee aina häiriöitä. Häiriöitä on kahdenlaisia, ihmismielen sisäisiä ja ulkoisia. (Lohtaja & Kaihovi-Rapo 2007, 12) Viesti voidaan ymmärtää väärin nonverbaalisten tekojen perusteella tai verbaalisen viestinnän puutteilla ja väärillä sanavalinnoilla. Myös viestintäkanavan valinta voi vaikuttaa viestiin. Jos vastaanottaja ei osaa käyttää kyseistä kanavaa tai se ei ole jostakin syystä saatavilla, niin viestin vastaanottaminen häiriintyy.

Häiriötekijöitä voi olla yrityksen sisällä runsaasti ja ne muuttuvat tilanteiden mukaan. Ne voivat tulla yrityksen sisältä tai ulkoa joko ihmisen, esineen tai asian aiheuttamana. Jos yrityksen johto ei ota vastuuta sisäisestä viestinnästä, voi väärä tieto tai väärinkäsitykset kulkeutua työntekijöille, jolloin työntekijät eivät voi toimia johdon haluamalla tavalla. Tämä voi johtaa jopa irtisanoutumisiin. Pohja avoimelle viestinnälle luodaan silloin kun yrityksellä menee hyvin, vaikka viestinnän merkitys korostuu juurikin kriisitilanteessa. Tämän vuoksi tulisi käyttää ennakoivaa viestintää, joka kanavoi työntekijän energian työntekoon ja säästää resursseja tositilanteessa. Liian myöhäinen viestintä kriisitilanteessa on uhka koko yritykselle, sillä epätietoisuuden vallitessa uupumus ja stressi kasvavat.

Huhupuheet ja puskaradio voivat sivuuttaa oikean tiedon, mikäli asiaa ei oikaista ajoissa. Tätä voi tapahtua varsinkin jos yritys on jonkinlaisen muutoksen keskellä, sillä työntekijät keskustelevat usein erityisen paljon silloin kun kokevat olonsa uhatuksi. Tämä voi vähentää työn kustannustehokkuutta sekä heikentää työilmapiiriä. Muutostilanteissa tulisi ottaa huomioon työntekijät ja heidän mielipiteensä. Mikäli muutoksia tapahtuu liian nopeasti tai liian jyrkästi, työntekijän on vaikea sopeutua uuteen tilanteeseen, eikä hyvään lopputulokseen päästä tarpeeksi nopeasti.

Häiriöt voidaan välttää hyvällä suunnittelulla ja aikataulutuksella. Useimmissa työelämän viestintätilanteissa on mukana useita henkilöitä. Lähes kaikkia tekstejä lukee useampi kuin yksi. Sen vuoksi tekstien on sovelluttava erilaisille ihmisille ja herätettävä heidän mielenkiintonsa. Sekä viestin lähettäjällä että vastaanottajalla on vastuu siitä, että viesti tulee ymmärretyksi (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007,13). Täytyy laatia strategia mitä kerrotaan, milloin, millä välineellä ja kenelle (Ilmoniemi 2008). Kun johto ennakoi häiriöitä, sitoutuu viestintään, sekä käyttää oikeita tapoja ja kanavia, ollaan menossa oikeaan suuntaan.

3.10 Tietojohtaminen ja turvallisuus

Tietojohtamisella tarkoitetaan tiedon luomisen edistämistä. Tietojohtamiseen kytkeytyy sekä tavanmukaiseen tietohallintoon että henkilöstöjohtamiseen liittyviä tekijöitä. Tällaisia ovat informaatioresurssien hallinnan ohella esimerkiksi organisaatiokulttuuriin, johtajuuteen, vuorovaikutukseen ja oppimiseen vaikuttavat seikat. (Huotari ym. 2005, 49) Tietojohtajuus liittyy organisaation oppimiseen, minkä vuoksi tämä johtamisen tapa hyödyntää yhteisön jäsenten yksilöllistä tietämystä luodakseen uutta tietoa ja strategioita. Johtamisen ja hallinnan kohteena on informaation lisäksi myös henkilöstön osaaminen, joka käsittää niin työyhteisön jäsenten kognitiivisen kyvykkyyden, jäsenten käytännölliset työn tekemisen taidot kuin tiedon yhteisen jakamisen (Huotari ym. 2005, 49). Jotta tietojohtaminen on kannattavaa, täytyy tarkoituksenmukainen ja oikeanlainen sisäisen viestinnän jakaminen olla hallinnassa.

Oikein käytetty viestintä toimii erittäin tärkeänä tekijänä työpaikan turvallisuuden luomisessa. Palvelualoilla ja asiakastyössä kohdataan monenlaisia turvallisuusuhkia. Uhka voi kohdistua työntekijään itseensä, työyhteisöön, tai aineellisiin kohteisiin (Hjelt-Putilin 2005, 8). Aina kun toimitaan ihmisten ja laitteiden kanssa, voidaan joutua yllättäviin tilanteisiin. Etenkin iltaravintoloissa arvaamattomat asiakkaat ja vialliset laitteistot voivat luoda vaaratilanteita, joissa henkilökunnan täytyy osata toimia asian vaatimalla tavalla.

Turvallisuuden lisääminen, konfliktitilanteiden ehkäisy ja -hallinta edellyttävät aina ihmisten välistä keskinäistä kanssakäymistä. Viestintä on siis väistämättä olennainen osa turvallisuutta ja konfliktinhallintaa, tarkastelipa asiaa sitten työyhteisön, pienemmän ryhmän tai yksilön näkökulmasta. Kun palvelualojen työturvallisuutta kehitetään, viestintää ja vuorovaikutustaitoja tarvitaan prosessin jokaisessa vaiheessa. Ongelmien havaitsemisessa, niiden systemaattisessa kartoituksessa, turvallisuus- ja varautumissuunnittelussa ja johtamisessa, suunnitelmien toteutuksessa ja vakiinnuttamisessa käytännöiksi (Hjelt-Putilin 2005, 13.)

Työsuojelulaki ja työsuojelumääräykset velvoittavat varautumaan yleisen turvallisuustason ylläpitämiseen ja mahdollisiin vaaratilanteisiin. Turvallisuus- ja varautumissuunnittelussa sekä johtamisessa johtoryhmän on syytä ottaa avoimesti viestejä vastaan työntekijöiltä, eikä yksinomaan viestiä heille. Turvallisuusviestinnän taidot tulisi olla jokaisen työyhteisön jäsenen hallussa ja olla täysin avointa jokaiseen suuntaan työntekijöiden asemasta riippumatta. Palvelualan työyhteisön turvallisuussuhkia ja konflikteja ei vältetä pelkästään suunnittelulla, menettelytavoilla ja ohjeistuksilla, vaan näistä pitää myös tiedottaa kaikille niille, joita asia koskee. (Hjelt-Putilin 2005, 16-) Jokaiselta työpaikalta tulisi löytyä voimassa oleva turvallisuussuunnitelma, jonka jokainen työntekijä on lukenut ja joka on helposti saatavilla. Suuremmissa yrityksissä kaikkien tietämys poistumisteistä ja evakointisuunnitelmista ovat myös merkittävä osa turvallisuutta. Näillä asioilla voidaan ehkäistä vaaratilanteissa jopa ihmishenkiä.

4 Viestintäkanavat

4.1 Viestintäkanava käsitteenä

Viestintäkanava on viestinnän apuvälineeksi luotu laite esimerkiksi puhelin tai tilanne esimerkiksi kokous. Nämä kanavat mahdollistavat viestinnän työyhteisössä. Viestintäkanavat voidaan jakaa erilaisiin pääryhmiin niiden

toimintatavan ja käyttötarkoituksen perusteella. Kanavat voidaan jakaa muun muassa sisäisen ja ulkoisen viestinnän kanaviin. Viestintäkanavien pääryhmiä ovat esimerkiksi sähköiset, painetut eli kirjalliset sekä kasvokkaiset kanavat. (Leivo 2016)

Opinnäytetyössä keskitymme tutkimaan sekä esittelemään sisäisen viestinnän keinoja ja kanavia, jotka ovat käytetyimpiä eri ravintoloiden työyhteisöissä. Ravintolan työympäristössä tarvitaan tehokasta sisäistä kommunikaatiota, että työt sujuisivat mallikkaasti ja asiakkaat saisivat parasta mahdollista palvelua ja vastinetta rahoilleen. Yleisiä sisäisen viestinnän kanavia ravintoloissa ovat esimerkiksi perinteiset työn lomassa käytävät keskustelut, ilmoitustaulut, Post it-laput työntekijältä toiselle sekä sähköiset informaatiokanavat kuten Intranet ja sähköposti.

4.2 Erilaiset viestintäkanavat

Sisäisen viestinnän kanavat voidaan jakaa epävirallisiin ja virallisiin kanaviin. Epäviralliset kanavat edustavat viestintää jota käydään työyhteisön sisällä niin työaikana kuin sen ulkopuolellakin. Työyhteisön jäsenet purkavat työstä johtuvia paineita, sekä jakavat mielipiteitään asioista, asiakkaista ja esimiehistä epävirallisten kanavien avulla. Epävirallisia kanavia työyhteisössä ovat muun muassa kahvipöydässä ja tupakkapaikalla käytävät keskustelut. Yhtiön johdon on käytännössä mahdotonta valvoa epävirallista viestintää ja sen kehittäminen on hidasta. Virallisten kanavien käytössä noudatetaan vakiintuneita käytäntöjä ja viralliset viestit ilmestyvät niihin säännöllisesti tietyin väliajoin. Virallisia kanavia on helpompi valvoa ja kehittää toimivimmiksi tarvittaessa. Virallisia sisäisen viestinnän kanavia ovat esimerkiksi kerran kahdessa vuodessa käytävät kehityskeskustelut, sekä viikottaiset palaverit. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 14)

Eri organisaatioissa on erilaiset viestintäkulttuurit ja niissä suositaan niitä viestintäkanavia, jotka on todettu toimiviksi kyseisiin yhteisöihin. Yhdessä yrityksessä voidaan arvostaa ja suosia kasvokkaista viestintää kun taas toisessa

yrityksessä Intranet (organisaation sisäinen selainpohjainen tiedotuskanava) näyttlee suurta osaa sisäisessä viestinnässä ja sieltä löytyy tuorein tieto (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 50).

Sähköisiä viestintäkanavia käytettäessä hyödynnetään uusinta teknologiaa ja ne mahdollistavat edullisen, helpon ja nopean tavan viestiä samanaikaisesti suurellekin joukolle. Sähköisten kanavien ansiosta työyhteisön jäsenet voivat viestiä keskenään reaaliaikaisesti pitkistä välimatkoista huolimatta. Sähköisten kanavien käyttö vaatii laitteen, jossa on internetyhteys kuten älypuhelimien tai tietokoneen. Näitä kanavia käyttöön ottaessa on hyvä varmistaa, että jokaisella työyhteisön jäsenellä on laite, jolla hän pääsee seuraamaan tiedotuskanavia ja hän osaa käyttää niitä oikein. Teknologiaa hyödyntäviä viestintäkanavia käytettäessä on myös tärkeää laatia säännöt miten, milloin ja mihin tarkoitukseen kutakin kanavaa käytetään. On hyvä sopia mitä kanavia käytetään viralliseen viestintään ja mitä taas epävirallisempaan viestintään, jotta voidaan erottaa vähemmän kiireelliset ja vähemmän tärkeät viestit toisistaan (Leivo 2016).

Kirjalliset eli painetut kanavat koostuvat virallisemmista, yleensä tietokoneella kirjoitetuista sekä epävirallisemmista käsinkirjoitetuista teksteistä. Kirjalliset kanavat ovat vähitellen väistymässä sähköisten kanavien tieltä, koska ne on helpompi säilyttää ja sähköisten kanavien käyttö on ympäristöystävällisempää. Paperin käyttöä vähennetään työyhteisöissä vuosi vuodelta, mutta tärkeät asiakirjat painetaan usein vielä kirjalliseen muotoon. Esimerkkejä kirjallisista viestintäkanavista ovat muun muassa turvallisuus- ja omavalvontasuunnitelmat, tiedotteet sekä raportit. Tärkeät asiakirjat on hyvä säilyttää niille määrättyissä turvallisissa arkistoissa, josta jokainen työyhteisön jäsen voi ne löytää tarvittaessa. Kirjallisten kanavien käyttäminen vaatii viestin kirjoittajalta kekseliäisyyttä ja sen tulee olla helppolukuinen ja mielenkiintoa herättävä, jotta se huomataan (Leivo 2016.)

Kasvokkainen viestintä koostuu verbaalisesta ja nonverbaalisesta viestinnästä. Kasvokkaisessa viestinnässä käytetään puhetta, eleitä, sekä ilmeitä. Äänenpainot, ilmeet sekä eleet vahvistavat viestin sanomaa ja se jää paremmin viestin vastaanottajan mieleen. Viestin lähettäjän tunnetilat voivat vaikuttaa siihen

miten vastaanottaja kokee viestin. Esimerkiksi vakavalla äänellä puhuttaessa viestistä välittyy erilainen tunnelataus kuin neutraalilla äänellä puhuttaessa (Lohtaja 2007, 62). Kasvokkaisia kanavia ovat muun muassa palaverit, kokoukset sekä palautekeskustelut.

4.3 Viestintäkanavien valinta

Viestintäkanavia valitessa on hyvä testata erilaisia viestintäkanavia, jotta löytää juuri kyseiseen yritykseen sopivat kanavat. Valinnassa tulee ottaa huomioon minkä kokoisesta yrityksestä on kysymys ja mitkä ovat yrityksen sisäisen viestinnän tarpeet. Työyhteisön viestintä onnistuu sitä paremmin, mitä paremmin viestin lähettäjä onnistuu valitsemaan viestintätarkoitukseen sopivan viestintäkanavan, joka tavoittaa juuri oikean kohdeyleisön. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 50.) Viestintäkanavaa valitessa on tärkeää myös kiinnittää huomiota lähetettävän viestin luonteeseen ja kiireellisyyteen. Eri luonteisia viestejä varten on hyvä olla omat kanavansa. Esimerkiksi omat kanavat epävirallisille ja virallisille viesteille. Oikean viestintäkanavan löytämiseksi viestijän tulee ottaa huomioon onko viestinnän kohteena vain yksi henkilö vai yrityksen koko henkilökunta. Viestijän ikä ja asema työyhteisössä voivat vaikuttaa käytettävän kielen ja viestintäkanavan valintaan (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 21.)

Viestintäkanavia on olemassa lukematon määrä, mutta tietyt kanavat osoittavat suosiotaan työyhteisöstä riippumatta. Näistä ensimmäinen on sähköposti, joka on selainpohjainen viestintäkanava. Sillä voi lähettää viestejä yhdelle tai useammalle henkilölle samanaikaisesti. Sähköposti on yksi yleisimmistä tavoista viestiä työyhteisöissä ja se sopii pidempien viestien ja tiedostojen lähettämiseen etenkin suuremmissa yrityksissä. Pienempien yritysten sisäisessä viestinnässä käytetään harvemmin sähköpostia, mutta sitä kautta voidaan lähettää esimerkiksi työvuorolistat kaikille työntekijöille helposti ja samanaikaisesti. Sähköpostia käytetään yleensä silloin kun ei kunnolla tunneta vastaanottajaa tai halutaan viestin olevan virallisempi. Sähköpostia luetaan harvemmin, joten se ei sovellu kiireellisten viestien lähettämiseen. Sähköposti on sopiva viestintäkanava

tilanteisiin, joissa halutaan viestiä yhtä aikaa monelle henkilölle ja viesti ei ole kiireellinen.

Suuremmissa yrityksissä tarvitaan viestintäalustoja, jonne jokaisen työntekijän on helppo käydä kirjoittamassa omia näkemyksiään eri asioihin ja työhön liittyen. Esimerkki tällaisesta työpaikan lähiverkossa toimivasta viestintäkanavasta on Intranet, joka tarkoittaa organisaation sisällä toimivaa selainpohjaista viestintäkanavaa (Kesti 2005, 188). Intranet on usein pelkästään työntekijöiden väliseen viestintään tarkoitettu viestintäkanava ja sitä voidaan käyttää myös tietojenkäsittelyyn.

Facebook on selainpohjainen ympäristö, jonne jokainen kirjautuu sisään omalla käyttäjäprofiilillaan. Käyttäjäprofiilin kautta voidaan muun muassa lisätä muita käyttäjiä kavereiksi, luoda sivustoja ja ryhmiä sekä tykkäillä muiden käyttäjien päivityksistä. Facebookin ryhmät ja sivustot voivat olla julkisia tai suljettuja. Suljetut sivustot ja ryhmät soveltuvat hyvin työyhteisön sisäiseen viestintään etenkin pienemmissä yrityksissä. Tiedon ja kuvien jakaminen on helppoa ja suljetun työryhmän käyttäjät voivat viestiä keskenään nopeasti olematta työpaikalla yhtä aikaa. Facebookissa voi myös käyttää yksityistä keskustelualustaa, jonne on helppo laittaa lyhyitä viestejä yhdelle tai useammalle henkilölle yhtä aikaa.

4.4 NykYTEknologian tuomat edut ja haasteet

Sähköisen viestimisen hyviä puolia ovat nopeus, helppous ja mahdollisuus tavoittaa useita henkilöitä samanaikaisesti kuitenkin olematta samassa tilassa. Se on edullista ja niiden avulla voi kommunikoida ympäri maailmaa poistumatta työpisteeltä. Välimatkojen ollessa pitkiä, voi jopa palaveriinkin osallistua kasvokkain Skypen eli maksuttoman verkkopuhelinpalvelun kautta (Leivo 2016)

Nykyaikana yhä useammalla on myös älypuhelin, johon voi ladata mobiiliviestintäsovelluksia. Suosittu on saavuttanut muun muassa Whatsapp, jossa voi keskustella yhden tai useamman henkilön kanssa sekä lähettää muun

muassa linkkejä ja kuvia. Vanhanaikaisenkin puhelimen avulla saa työkaverin nopeasti kiinni esimerkiksi soittamalla tai lähettämällä tekstiviestin, jos tulee jotakin akuuttia kysyttävää. Älypuhelimien erilaiset mobiiliviestintäkanavat ja mahdollisuus lähettää kuvia tuplaavat viestin perille pääsyn.

Sähköisen viestinnän yksi haaste on informaatiotulva, jonka seurauksena tärkeät viestit saattavat hävitä vähemmän tärkeiden viestien joukkoon monen työyhteisön jäsenen kirjoittaessa viestejä samaan aikaan. Nopeasti lähetettävien viestien ulkoasuun ja sisältöön ei välttämättä jakseta panostaa niin paljon kuin kirjallisiin versioihin. Ne saattavat myös olla puutteellisia. (Juholin 2010, 95).

Sähköisten viestien huono puoli on myös se, että tietoturvaa voi olla vaikeaa varmistaa sataprosenttisesti. Laiteongelmat saattavat hävittää viestejä tai muuttaa niitä. Käytössä olevan laitteen, esimerkiksi älypuhelimien hävittäminen voi olla suuri tietoturvariski, jos se joutuu väärin käsiin. Suurin osa kommunikointiongelmista johtuu rikkoontuneista sähköisen viestinnän välineistä, sillä laitteet ovat herkkiä kolhuille ja internet-yhteys voi rakoilla.

4.5 Viestintäkanavien toimivuus ja turvallisuus

Jo yrityksen perustamisvaiheessa kannattaa pohtia, miten viestit saadaan kulkemaan parhaiten työyhteisössä. Riittääkö yksi viestintäkanava vai onko parempi käyttää useaa kanavaa rinnakkain. Yleensä yksi kanava ei riitä viestimiseen ellei kyseessä ole todella pieni, noin kahden hengen työyhteisö (Lohtaja 2007, 19). Viestintäkanavat kannattaa valita niin, että ne tukevat toisiaan, ja erilaisia viestintätarkoituksia varten on omat kanavansa. Lyhyille, epävirallisille ja nopeaa reagointia vaativille viesteille viestinnän välineeksi sopii esimerkiksi puhelinsoitto, tekstiviestit, mobiiliviestintäpalvelu Whatsapp ja Facebookin yksityiskeskustelu. Pitkien, yksityiskohtaisten viestien ja tiedotteiden lähettämiseen sopii sähköposti. Sähköpostiin saa mahtumaan paljon asiaa ja viestiin voi tarvittaessa lisätä liitetiedostoja (Nevala 2014).

Yrityksen kannattaa laatia selkeät pelisäännöt siitä, miten viestintäkanavia käytetään. Tärkeät asiat tiettyyn kanavaan, että ne huomataan ja vähemmän tärkeät asiat eri kanavaan. Tulee varmistaa, että työyhteisön jäsenet seuraavat viestintäkanavia säännöllisesti ja riittävästi. ”Rikkinäisen puhelimen” eli viestien muuttumisen välttäminen. Yrityksen kannattaa palkata viestinnästä vastaava henkilö ja etsiä aktiivisesti uusia kanavia, sekä testata toimivatko ne paremmin kuin nykyiset ja olisivatko ne hyödyllisiä nykyisten kanavien rinnalla (Nevala 2014).

Turvallisuus on aina tärkeää ja se tulee ottaa huomioon myös sisäisessä viestinnässä. Viestintäkanavien turvallisuus on yksi tärkeä toimivan viestinnän osa-alue ja luo yhtenäisyyden tunnetta, koska vain työyhteisön jäsenet tietävät mitä heidän yhtiössään tapahtuu. Sisäiset asiat ovat yleensä liikesalaisuuksia ja niiden ulosvuotaminen voi johtaa vakaviin seurauksiin. Viestintäkanava, jossa tiedotetaan esimerkiksi yrityksen taloudellinen tilanne automaattisesti ja säännöllisesti tietyin väliajoin, luo turvallisuuden tunnetta työyhteisön jäsenten keskuudessa. Viestintäkanavien turvallisuudesta voi huolehtia esimerkiksi hyvin suojatuilla salasanoilla ja palomuuureilla. (Hjelt-Putilin 2005, 17.)

5 Opinnäytetyön toteutus

5.1 Tiedonhankinta

Nykypäivänä tietoa löytyy monesta paikasta eikä ole takeita, että kaikki tieto olisi todenmukaista. Tietolähteiden valinta tulee tehdä etsittävän tiedon mukaan. Esimerkiksi uudesta keksinnöstä löytyy todennäköisesti paremmin tietoa internetistä kuin kirjoista, mutta historiaa tutkittaessa kirja on hyvä tietolähde. Tiedon hankkimisessa tulee kiinnittää huomiota lähteen luotettavuuteen ja siihen, että tieto pitää paikkansa. Ajankohtaista tietoa etsittäessä tulee huomioida tekstin julkaisupäivämäärä vanhan tiedon välttämiseksi. On tärkeää löytää uusin tieto, sillä tutkimusten myötä tulokset muuttuvat ja päivittyvät jatkuvasti. Hakukoneita käytettäessä uusin tieto esitetään yleensä ensimmäisten hakutulosten joukossa,

mutta on kuitenkin hyvä varmistaa milloin teksti on päivitetty. Tekstiä voi vertailla muista lähteistä löytyviin tietoihin ja päätellä onko tieto oikeaa. (Rongas & Honkonen. 2016.)

Etsiessämme tietoa opinnäytetyöhön pyrimme käyttämään monia erilaisia lähteitä haastatteluiden tukena, jotta saavuttaisimme mahdollisen laajan ja monipuolisen tietomäärän. Etsimme tietoa muun muassa kirjallisuudesta ja internetin verkkolähteistä. Eri lähteistä saatua tietoa tarkastelemme kriittisestä näkökulmasta epäsovivan tiedon välttämiseksi. Tiedonhankinnassa kiinnitämme huomiota uusimman tiedon etsimiseen ja ajankohtaisuuteen. Jotkin viestinnän osa-alueet pysyvät muuttumattomina, vaikka ympärillämme oleva maailma ja osa viestintään liittyvistä tekijöistä muuttuvat. Tämän vuoksi osa lähteistä voi olla vanhempia, mutta silti käyttökelpoisia.

5.2 Haastattelumenetelmät

Ennen haastattelun toteutusta olisi suositeltavaa käydä läpi useampi haastattelumuoto. Haastattelun onnistumisen kannalta on tärkeää miettiä sopivin vaihtoehto kyseiseen haastatteluun ja tutkimukseen. Haastattelumuodot, jotka kävimme läpi, voidaan jakaa strukturoituun, puolistrukturoituun, teema-, sekä syvähaastatteluun.

Strukturoitu haastattelu tai paremminkin strukturoitu haastattelulomake tarkoittaa lomaketta, jossa kysymykset ja niihin tulevat vastausvaihtoehdot on rakennettu etukäteen tarkasti. Tässä haastattelumuodossa ei jää tulkinnoille vapautta, sillä vastausvaihtoehdot ovat ennalta asetettuja. Vastaukset ovat helposti vertailtavissa ja niitä voidaan analysoida ohjelmien, kuten SPSS, avulla. Nopeuden ja hallittavuuden vastapuolena on strukturoidun kysymyksen ja lomakkeen jäykkyys ja konservatiivisuus (Tilastokeskus 2017). Strukturoitu haastattelu ei mahdollista uusien asioiden esilletuloa.

Puolistrukturoidussa haastattelussa suurin osa kysymyksistä on strukturoituja kysymyksiä, mutta lomakkeella voi olla avoimia kysymyksiä tai muun vaihtoehdon

sallivia vaihtoehtoja valmiiden vastausten lisäksi. Jos tutkimuskohde on suhteellisen tuntematon, eikä tutkimusasetelmaa ole määritelty tarkkaan, kannattaa käyttää teemahaastattelua. Haastattelija kirjoittaa lomakkeelle varattuun kohtaan vastaajan ilmaiseman vastauksen mahdollisimman tarkasti etukäteen annettujen ohjeiden mukaan (Tilastokeskus 2017).

Teemahaastattelu on tiettyyn aihepiiriin liittyvä vapaamuotoinen haastattelu. Se on keskustelua, jolla on etukäteen päätetty tarkoitus. (Tilastokeskus 2017). Tämä on vaativa haastattelumuoto ja haastattelijan on osattava ohjata keskustelua, jotta pystytään hallitsemaan haastattelun kulkua ja rakennetta. Etuna teemahaastattelussa on, että haastateltavalta saadut tiedot koostuvat haastateltavan kokemuksista ja tuovat esille yleensä paljon uutta tietoa.

Syvähaastattelu syntyy, kun teemahaastattelu johtaa syvempiin keskusteluihin ja perimmäisten asioiden ytimeen. Periaatteessa teemahaastattelun avulla voidaan päästä vaikka kuinka syvälle vastaajan elämään ja todellisuuteen, jos hän vain haluaa kertoa asioistaan (Tilastokeskus 2017). Jotta syvähaastattelu voi onnistua, tarvitsee haastattelija runsaasti kokemusta.

5.3 Haastatteluiden toteutus

Valitsimme haastattelumuodoksi puolistrukturoidun teemahaastattelun tarkoituksenamme kysyä haastattelukysymykset kunkin ravintolan työntekijältä. Kirjaamme vastaukset ylös mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Paikan päällä vierailu tai puhelu on tehokkaampi tapa saada vastauksia kuin esimerkiksi sähköposti, joka voi hukkaa sähköpostitulvaan. Tämä haastattelumuoto valikoitui myös siksi, että se on nopea ja mahdollistaa tiedon keräämisen useammasta yrityksestä, minkä vuoksi voimme vertailla tuloksia kattavasti. Edellytyksenä tämän haastattelumuodon toimivuudessa on kuitenkin kysymysten ymmärrettävyys sekä haastattelutilanteen nopeus ja helppous. Jotta voisimme mahdollistaa uuden tiedon syntymisen, ovat kysymyksemme avoimia. Haastattelut toteutimme hiljaisempana ajankohtana, kun työntekijöillä on

enemmän aikaa vastata kysymyksiimme. Aikaa jokaiseen haastatteluun kului korkeintaan 10 minuuttia, mikä oli odotettua lyhyempi aika.

Yhtenä poikkeuksena haastatteluissamme toimii Arcusys, jonka edustajalla oli mahdollisuus vapaaseen sanaan haastattelukysymysten lisäksi. Arcusys ei kuulu ravintoloiden ryhmään kuten lomakehaastattelun kohteet. Se on kuitenkin hyvä esimerkki yrityksestä, jossa sisäinen viestintä toimii ja siihen panostetaan. Tiedon kerääminen onnistui puolistrukturoidulla haastattelulla, sillä saimme samoihin kysymyksiin vastaukset myös ravintolamaailman ulkopuolisesta näkökulmasta.

Kaikille haastateltaville kerrottiin miksi haastattelu tehdään. Tämän lisäksi kysyttiin lupa mahdollisten tietojen, kuten yrityksen nimen, koon ja haastateltavan nimen julkaisemiseen. Avoin haastattelu äänitettiin ja kirjoitettiin ylös sanatarkasti, jotta saatiin tarkat, vääristymättömät vastaukset. Haastattelukysymyksillä halusimme saada tietoomme yleisesti tärkeimmiksi koetut viestintäkanavat, vahvuudet ja heikkoudet sisäisessä viestinnässä, häiriötekijät, sekä kehitysideoita (liite 1).

6 Haastattelutulokset

6.1 Ravintolat

Haastattelimme Joensuussa kolmen eri kokoisen ja tyyllisen ravintolan edustajaa. Vain yksi haastateltavista antoi luvan yrityksen nimen julkaisuun. Päätimme näin ollen jättää kaikki nimet julkaisematta tasavertaisuuden vuoksi. Yrityksen koko ja ikäjakauma vaikuttavat enemmän viestintätapoihin, joten keskitymme pääasiassa niistä johtuviin eroihin.

Ensimmäisenä haastattelimme suuremmassa anniskeluravintolassa toimivaa vuoropäällikköä. Ravintolan työntekijät järjestävät virallisempia ja epävirallisempia tapahtumia, sekä toimivat päivittäisessä työelämässä ravintolassa. Kaikilla osa-alueilla pyritään noudattamaan yhtenäistä

toimintatapaa myös asiakastilanteissa. Haastateltavan mukaan ravintolan koko on laaja käsite, sillä se vaihtelee paljon. Maksimissaan asiakaspaikkoja löytyy noin 800. Tärkeimpinä viestintäkanavina nousivat esille sähköposti, ilmoitusseinä, infovihko ja tekstiviestit. Vahvuutena haastateltava koki sen, että sähköposti näkyy vain niille joille sen kuuluu näkyä. Lisäksi hän mainitsi ilmoitusseinän, joka on helposti luettavissa ja näkyvillä. Lisäksi vahvuutena koetaan tekstiviestit, joka on nopea ja yleensä aktiivinen viestintämuoto. Heikkoutena nousivat esille sähköpostin salasanan vaihtuminen, nettiyhteyden epävarmuus, mahdollinen tunkeutuminen tai hakkerointi. Viestinnässä voitaisiin kehittää edelleen suullista viestintää. Ilmoitettaisiin mahdollisesta uudesta tiedosta nopeasti ja todenmukaisesti. Häiriötekijöiksi koettiin poissaolot, kiire, unohtaminen, nettiyhteys ja tunkeutuminen henkilökunnan tiloihin.

Toinen haastateltava toimii salityöntekijänä anniskeluravintolassa, jossa työskentelee noin 20 työntekijää. Tärkeimpiä viestintäkanavia olivat sähköposti, palaverit ja Facebook-ryhmä, ja vahvuutena koettiin nopea tiedon kulku. Heikkoutena nousivat esille tekniset ongelmat, kun esimerkiksi sähköpostit eivät ole aina tulleet perille. Parempana viestintäkanavana sähköpostin sijaan toimisi esimerkiksi Whatsapp-ryhmän käyttäminen. Silloin viestit saavuttaisivat vastaanottajan varmemmin. Häiriötekijänä koetaan myös tekniset ongelmat sekä se, etteivät kaikki työntekijät käytä Facebookia.

Kolmas kohteemme oli pikaruokaravintola, jossa työskentelee 15 henkilöä. Valitsimme tämän kohteen saadaksemme tietoa myös paikasta, jossa valtaosa asiakaskunnasta ja työntekijöistä edustavat nuorempaa sukupolvea. Haastateltava oli pääasiassa keittiön puolella toimiva henkilö. Tärkeimpiä kanavia olivat Whatsapp- tai tekstiviestit, Facebook-ryhmä sekä konkreettiset viestintäkeinot, kuten ilmoitukset seinillä ja ilmoitustaulu. Vahvuutena nostettiin esille käsinkosketeltavat viestintävälineet, ja heikkoutena sosiaalisen median epävarmuus. Kaikkia ei tavoiteta tasavertaisesti sosiaalisen median kautta, sillä kaikki ikäluokat eivät käytä sitä yhtä aktiivisesti. Häiriöitä voi aiheuttaa kaiken siirtyminen intranettiin tai sosiaaliseen mediaan. Tämä aiheuttaa hankaluuksia vanhemmille työntekijöille, sillä sosiaalisen median ja intranetin käyttö ei ole arkipäiväistynyt heidän elämässään. Viestinnän parantamiseksi olisi hyvä ottaa

käyttöön yksi ensisijainen kommunikointiväylä, kuten intranetti, jossa kaikki info on saatavilla kaikille. Kun infoa on ripoteltu sinne tänne, se ei tavoita kaikkia.

6.2 Arcusys

Arcusys Oy on joensuulainen vuonna 2003 perustettu yritys, joka toimii auttaen yrityksiä muuttamaan ajattelutapojaan tehokkaammiksi, sekä oppimaan ja kehittymään digitaalisesti. Organisaatiossa työskentelee noin 170 henkilöä eri toimistoissa Suomessa ja ulkomailla. Toimipisteitä on kaiken kaikkiaan kahdeksan ja ne sijaitsevat Joensuussa, Oulussa, Lappeenrannassa, Helsingissä, Petroskoissa Venäjällä, Saksassa, Lontoossa ja Bostonissa. Joensuun toimipisteellä työskentelee noin 70-80 henkilöä. Haastateltavana oli yksi Joensuun toimipisteen työntekijöistä. Haastattelu nauhoitettiin ja kirjoitettiin puhtaaksi.

Yhtenä tärkeänä kanavana nousi esille meille tuntemattomampi Slack-ohjelma. Sitä käytetään päivittäisessä viestinnässä työyhteisön kesken. Slack on maksuton pikaviestintään ja keskusteluun tarkoitettu sovellus, joka on korvannut muun muassa Skypen ja sähköpostin. Slack on kehitetty työyhteisöjen viestintätarpeita kunnioittaen. Toinen tärkeä kanava on Arcusyksen oma Valamis-ohjelma eli Valamis-oppimisympäristö, joka on tiedonvaihtoon ja koulutukseen, materiaalien luomiseen ja tallentamiseen tarkoitettu ohjelma. Valamis-oppimisympäristössä voi esimerkiksi tehdä kursseja ja suorittaa sertifikaatteja. Kolmantena mainittiin ”monthly meeting” eli kuukausittainen kokous, jossa kaikki työyhteisön jäsenet kokoontuvat yhteen keskustelemaan rehellisesti yhtiön asioista ja siitä miten menee. Joensuun konttorilla työskentelevät menevät auditorioon kokoustamaan, ja muissa toimistoissa ympäri maailmaa työskentelevät liittyvät kokoukseen linjoja pitkin. Kokouksessa käydään läpi muun muassa myyntilukuja, nykyhetken tilanne sekä tulevaisuuden näkymiä.

Arcusysin suurin vahvuus on avoimuus viestinnässä. Pyritään siihen, että kaikki työntekijät pystyisivät kertomaan avoimesti mikä tilanne on, oli sitten kyseessä hyvät tai huonot uutiset. Tärkeää on tiedon jakaminen ja työntekijöiden

kannustaminen tiedon jakamiseen. Arcusylaisilla on matala kynnys viestimiseen ja heitä rohkaistaan kertomaan mikä on hyvin ja mitä voisi tehdä toisella tavalla. Haasteen yritykselle luo työntekijöiden suuri määrä eri toimistoissa Suomessa ja ulkomailla. Pitkät välimatkat ja eri aikavyöhykkeet voivat haitata kommunikointia.

Kehittämistä voidaan tehdä "Arcufashions"-haasteella eli tutustumalla muihin työntekijöihin eri toimistoilta. Arcufashions-haasteessa heitetään palloa työntekijältä toiselle, ja pallon saanut kertoo itsestään jotain, mitä muut ei vielä tiedä. Tutustumalla eri toimistojen työntekijöihin, tehdään työnteosta henkilökohtaisempaa, ja tiedetään millaisten ihmisten kanssa työskennellään. Aktiiviset ja paljon viestejä jakavat työntekijät palkitaan. Työntekijöiden erilaiset päivärytmit, jotka johtuvat muun muassa toimistojen sijainneista eri aikavyöhykkeillä voivat häiritä kommunikaatiota. Myös Internetin katkeaminen voi aiheuttaa hetkellistä häiriötä.

Vapaassa sanassa mainittiin tulevaisuudessa kehittyvä teknologia. Haastateltava mainitsi kehitteillä olevan botin (tietokoneohjelma, joka osaa toimia itsenäisesti riippuen siitä, mitä se on ohjelmoitu tekemään) eli keinoälyn jolta voisi kysyä kysymyksen ja vastaus olisi aina saatavilla. Botti olisi ajan tasalla sekä yrityksen asioista, että työntekijän omasta kehityskaaresta. Sisäiseen viestintään kehitteillä olevat asiat tulevat olemaan yhä enemmän yksilön tarpeet huomioivaa.

6.3 Yhteenveto haastatteluista

Haastatteluiden myötä loimme kokonaiskuvan useimmiten käytetyistä kanavista, yritysten vahvuusalueista, kehitysideoista sekä viestintään liittyvistä heikkouksista ja häiriöistä. Vastaukset kertovat vain muutaman merkittävimmän tekijän, sillä kaiken listaaminen olisi lähes mahdotonta. Kaikissa haastattelun kohteina olleissa yrityksissä vastaukset saatiin yhden henkilön mielipiteisiin ja kokemuksiin perustuen. Vastauksia tarkastellessa olemme siis otettaneet huomioon, että toisen henkilön kohdalla vastaukset olisivat voineet olla hyvinkin erilaisia.

Alla olevassa taulukossa (taulukko 1), on koottuna avainsanoja haastatteluista. Tärkeimmät viestintäkanavat vaihtelevat yritysten välillä suuresti riippuen yrityksen koosta ja liikeideasta. Muutamana yleisesti tärkeimpänä kanavana nousivat kuitenkin esille sähköposti, palaverit ja puhelin. Pienemmissä yrityksissä suositaan enemmän epävirallisia kanavia kuten Facebook ja Whatsapp. Suuremmat yritykset, joissa työntekijät eivät tunne toisiaan, suosivat virallisempaa viestintää, kuten sähköpostia tai jotakin Internetissä käytettyä ohjelmaa tai sovellusta. Vahvuuksia vertaillen tärkein asia, joka ilmenee jokaisen haastattelun kohdalla hieman eri tavoin, on tehokas tiedon kulku. Se voi olla kasvokkaista tai kirjallista, mutta sen toimivuus on asia, joka koetaan vahvuutena.

	Tärkeimmät kanavat	Vahvuudet	Heikkoudet	Häiriöt	Kehitysmahdollisuudet
1	sähköposti, infovihko ja –seinä, puhelin	Ilmoitusseinä, sähköpostin kulku vain asianomaisille,	Tekniset ongelmat, sähköpostin salasanan vaihtuminen, mahdollinen tunkeutuminen,	Kiire, poissaolot, unohtaminen, nettiyhteys, tunkeutuminen	Suullinen viestintä, uuden tiedon välittäminen nopeasti
2	Sähköposti, palaverit, Facebook	Nopea tiedon kulku	Tekniset ongelmat	Tekniset ongelmat, kaikki eivät käytä Facebookia	Whatsapp-ryhmä
3	Viestit, Whatsapp, Facebook, infoseinä	Tieto kaikkien saatavilla infotaululla	Ikäerot ja sosiaalisen median epätasارvoisuus viestinnässä	Kaikki eivät käytä sosiaalista mediaa aktiivisesti	Yhtenäinen viestintäkanava, jossa kaikki tieto saatavilla kaikille samaan aikaan
Ar-cusys	Slack, Valamis, Monthly meeting	Avoimuus, kannustaminen, matala kynnys viestimiseen	Välimatkat, aikaerot	Eri päivärytmit, Internetyhteys	Arcufashions- haaste, palkitsemiset

Taulukko 1. Yhteenveto haastatteluista

Heikkoudet ja häiriöt kulkevat näissä haastatteluissa käsi kädessä ja niissä ilmenee molemmissa samankaltaisia asioita. Kaikkein suurimmat uhat ovat kuitenkin teknologian petttäminen ja Internet-yhteyden katkeaminen. Lisäksi häiriötä tuottaa viestin lähettäjän ja vastaanottajan inhimillisuus. Ihminen ei ole kone, vaan voi aina erehtyä tai unohtaa asioita. Jokainen elää omaa elämäänsä, eikä kaikki ole aina tavoitettavissa samasta paikasta samaan aikaan. Ikäosaaminen on viestinnän suunnittelussa yksi kasvava osa-alue ja on tärkeää huolehtia, että kaikki työyhteisön jäsenet pysyvät kehityksen mukana.

Nykypäivänä sosiaalisen median kehityksen myötä on yhä vaikeampi valvoa tiedon kulkua ja sen tasavertaisuutta. Sisäisen viestinnän kehittämisessä tullaan varmasti paneutumaan enemmän jokaisen henkilökohtaiseen toimintaan. Hyväksi koettuja keinoja otetaan käyttöön ja perusasioiden ollessa hyvin voidaan kehitystä jatkaa maailman sekä teknologian muuttumisen myötä. Viestintätietojen ja -taitojen päivittäminen tehokkaasti on tärkeää, että saatavilla olisi aina uusin tieto.

7 Pohdinta

Koska sisäistä viestintää tarvitaan jokaisessa työyhteisössä, sen merkitys ei poistu tai vähene koskaan. Onnistunut sisäinen viestintä on yrityksen toiminnan kannalta elintärkeää, sillä sen avulla voidaan luoda yhteiset pelisäännöt ja tavoitteet. Sisäistä viestintää tarvitaan tiedottamiseen, henkilöstön motivointiin ja hyvän ilmapiirin synnyttämiseen ja säilyttämiseen, sekä liiketoiminnan kehittämiseen (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 14). Koska maailma ja teknologia kehittyvät koko ajan, viestintämuodot ja viestintäkanavat muuttuvat sen mukana. Tämän vuoksi on tärkeää pysyä ajan tasalla ja etsiä aktiivisesti uusia mahdollisia viestintätapoja työskentelyn helpottamiseksi, sekä liiketoiminnan kehittämiseksi.

Useimmissa työelämän viestintätilanteissa on mukana useita henkilöitä. Lähes kaikkia tekstejä lukee useampi kuin yksi. Sen vuoksi tekstien on sovelluttava erilaisille ihmisille ja herätettävä heidän mielenkiintonsa (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 33.) Viestijän tulee osata muotoilla ja lähettää viesti vastaanottajat huomioiden ja niin, että jokainen voi ymmärtää sen samalla tavalla ja vastaanottaa sen samanaikaisesti. Ammattilainen osaa valita toimivat tavat viestiä omassa työympäristössään myös tilanteiden muuttuessa, sekä kriisitilanteissa.

Viestintätavat ja -kanavat vaihtelevat yrityksen koon ja luonteen mukaan. Kanava, joka koetaan tehokkaaksi toisessa yrityksessä, ei välttämättä toimi toisessa lainkaan. Tämä voi johtua työntekijöiden ikäjakauman lisäksi muun muassa yrityksen toimintatavoista ja kulttuurista. Sama pätee myös yksilöllisellä tasolla. Toinen on aina sähköpostin äärellä kun taas toinen katsoo mielummin puhelintaan. Haastatteluissa ilmeni juurikin työntekijöiden ikäjakaumaan ja sovellusten käyttöön liittyviä ongelmia.

Tämän opinnäytetyön myötä olemme saaneet paljon uutta tietoa aiheeseen liittyen. Sisäinen viestintä pitää sisällään lukemattoman määrän erilaisia uhkia ja mahdollisuuksia. Koska emme voi keskittyä kaikkiin näihin kerralla, pitää osata karsia turhat uhat pois ja keskittyä siihen olennaiseen osaan, joka on oman työn kannalta järkevintä. Asia, joka on noussut esille tärkeänä koko tutkimuksen ajan, on ihmisten yksilöllistäminen. Kehitettäessä sisäistä viestintää on tärkeä nähdä ihminen ihmisenä ja esimiehen roolissa tulee osata asettua toisen asemaan. Esimiestyössä viestinnän taidot korostuvat. Esimiehen tulee viestiä jokaiselle työntekijälle tasa-arvoisesti, samaan aikaan, ymmärrettävästi, motivoivaan sävyyn, sekä myös henkilökohtaisesti yksilön tarpeet huomioiden. Empatiakyky ja ihmistuntemus ovat tärkeitä ominaisuuksia. Kuka tahansa kyllästyy työhönsä, ellei koe saavansa tai oppivansa siitä jotakin. Nykypäivänä keskitytäänkin yhä useammin ihmisen urakehitykseen ja tuetaan sitä parhaan mukaan erilaisilla etenemismahdollisuuksilla ja palkinnoilla. Näin saadaan omalle yritykselle motivoituneita ja ammattitaitoisia työntekijöitä, sekä edistetään työhyvinvointia. Erityisen tärkeää työyhteisössä on luottamuksen kehittäminen, sillä se

mahdollistaa avoimuuden ja sitä kautta madaltaa kynnystä ongelmista puhumiseen.

Työn aikana loimme omassa työssämme tuntumaa viestinnän keinoihin, sekä löysimme uutta tietoa tutkimusmateriaaleista ja haastattelumenetelmistä. Saimme aitoa tukea omille viestintätaidoillemme myös teoriaosuuksien avulla. Viestimistä pidetään itsestäänselvyytenä, mutta tämän opinnäytetyön myötä olemme ymmärtäneet, kuinka paljon sen eteen todellisuudessa täytyy panostaa, että saadaan jokainen palapelin osanen toimimaan. Oppimisprosessi oli meille molemmille mielekäs, sillä aihealue kiinnosti molempia omien kokemusten ja ammatillisen kasvamisenhalun takia. Aluksi suunnittelemamme aikataulu ei monen mutkan takia toteutunutkaan ja työn valmistuminen viivästyi useammalla kuukaudella.

Koemme tämän työn auttavan myös omaa viestimistämme ja osaamme käyttää useampia viestintäkanavia hyödyksi tulevaisuudessa. Syy- ja seuraussuhteet on hyvä ymmärtää omassa viestintäkäyttäytymisessä ja varsinkin huonoina päivinä kannattaa miettiä kaksi kertaa ennen kuin lähettää viestin. Kaikkein tärkeimpänä koemme nyt viestintäsuunnitelman laatimisen, sillä sen avulla voidaan varautua kiperiinkin tilanteisiin ja estää kaaoksen syntyminen. Ennakoiminen on olennainen osa toimivaa sisäistä viestintää ja varasuunnitelmasta on hyötyä kriittisissä tilanteissa.

Lähteet

- Burgess, S. 2016. 11 Ways to perfect your internal communications plan.
<https://www.interact-intranet.com/11-ways-perfect-internal-communications-plan/>
- Finlex. 2007. Laki yhteistoiminnasta yrityksissä.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070334> 7.12.2017.
- Hjelt-Putilin, P. 2005. Turvallisuutta viestinnällä. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Huotari, M., Hurme, P. & Valkonen, T. 2005. Viestinnästä tietoon. Helsinki: WSOY.
- Juholin, E. 2010. Arvioi ja paranna viestinnän mittaamisen opas. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Jyväskylän yliopisto 2015. Haastattelut. Jyväskylän yliopisto.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineistonhankintamenetelmat/haastattelut>. 4.4.2017.
- Karelia-ammattikorkeakoulu 2017. <http://www.karelia.fi/fi/>. 2.4.2017.
- Kekäläinen, E. 2016. Sisäinen viestintä sitouttaa, motivoi ja tuo tuloksia. Recommended. <http://www.reco.fi/sisainen-viestinta-sitouttaa-motivoi-ja-tuo-tuloksia/> 4.4.2017.
- Kesti, M. 2005. Hiljaiset signaalit- avain organisaation kehittämiseen. Tallinna: Edita Publishing Oy.
- Leivo, M. 2016. Sisäisen viestinnän soluessee. Proakatemia.
<http://essee pankki.proakatemia.fi/sisaisen-viestinnan-soluessee-3>. 4.4.2017.
- Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. Helsinki: WSOYpro.
- Maunula, R. 1999. Monikulttuuristen tiimien johtaminen ja valmentaminen. Jyväskylä: PS-KUSTANNUS.
- Nevala, S. 2014. Savumerkkien aika on ohi. Avoine.
<http://blog.avoine.fi/kirjoitukset/savumerkkien-aika-on-ohi-8-nykyaikaista-viestintakanavaa-joiden-avulla-tavoitat-yhdistyksenne-jokaisen-jasenen>. 20.2.2017.

- Opetushallitus, 2017. SWOT-analyysi. Opetushallitus.
http://oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi. 4.4.2017.
- Rongas, A. & Honkonen, K. 2016. Tiedonhankinta ja käsittely. Edu.
http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/tiedonhankinta_ja_kasittely. 3.4.2017.
- Tervola, M. 2008. Vältä sisäisen viestinnän sudenkuopat. Talouselämä.
<http://www.talouselama.fi/tyoelama/valta-sisaisen-viestinnan-sudenkuopat-3397543>. 4.4.2017
- Työntekijä, 2017. Arcusys. Nauhoitettu haastattelu 15.11.2017.
- Työntekijät, 2017. Joensuulaiset ravintolat. Kirjatut haastattelut, 5-15.11.2017.
- Virsta 2017. Haastattelutavat. Tilastokeskus.
<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/> 10.4.2017

Liitteet

Haastattelukysymykset

1. Taustatiedot: yrityksen nimi ja koko.
2. Mitkä ovat tärkeimmät sisäisen viestinnän kanavanne?
3. Mitkä ovat vahvuutenne sisäisessä viestinnässä?
4. Entä heikkoutenne?
5. Miten voisitte kehittää sisäistä viestintää vieläkin paremmaksi?
6. Mitkä asiat saattavat häiritä sisäisen viestintänne toimivuutta?

Minä viestijänä- omat SWOT-analyysit

